

Gmund bescherte einen Tag voller Innovationen, Networking und inspirierenden Begegnungen

Highlights der Unfolded 2024

Unter dem Motto „Fibers & Brands“ erlebten rund 800 angemeldete Festivalgäste bei strahlendem Sonnenschein ein einzigartiges Event in der idyllischen Umgebung und industriellen Atmosphäre der Papierfabrik Gmund. Mit einer Kombination aus Ausstellung, Konferenz und Networking schuf das Unfolded Festival 2024 zum vierten Mal eine Plattform für kreative Köpfe, innovative Ideen und zukunftsweisende Diskussionen.

Insgesamt 24 renommierte Speaker, darunter Vertreter von Leica, BMW, Hermès, Serviceplan, Melitta oder auch Paper & Tea, boten spannende Einblicke in Themen wie Markenerlebnisse, analoge Kommunikation, Kundenbindung und Nachhaltigkeit. In lebendigen Vorträgen und Diskussionen beleuchteten sie wichtige Aspekte der Materialität und emotionaler Markenkommunikation. Die Räumlichkeiten der Papierfabrik ermöglichen eine einzigartige Nähe zwischen den Experten und dem Publikum.

DIE AUSSTELLUNG IM HERZEN DER PAPIERFABRIK

Mitten im technischen Charme der Papierfabrik, zwischen den bunten Papierrollen, präsentierten 35 Aussteller ihre jüngsten Innovationen in den Bereichen Print, Design und analoge Kommunikation. „Wir sind zum 4. Mal beim Unfolded Festival dabei“, sagt Sven Winterstein von Letterjazz. „Wir haben jedes Jahr tolle Gespräche geführt, bestehende Kundenbeziehungen pflegen können und neue Kontakte geknüpft.“

Die entspannte und zugleich kreative Atmosphäre bot den perfekten Rahmen, um über neueste Entwicklungen zu staunen und zu diskutieren. Auch Alexander Ließ, Vertriebsleiter von paul



Das Unfolded Festival bringt Kreative, Drucker, Markenbotschafter und Referenten aus Wirtschaft und Design zusammen, um analoge Entwicklungen zu beleuchten.

+ paul schwärmt vom Festivaltag: „Für uns ist die Zielgruppe hier perfekt. Viele unserer Kunden legen mittlerweile viel Wert auf Materialien. Die Teilnahme nächstes Jahr ist auf jeden Fall fest eingeplant.“

Auch die Stände von Partnern wie Schabert, Le Klint, Grafikmagazin, Kaweko oder Signascript boten interessante Einblicke. „Hier jagt ein Highlight das nächste“, schwärmte ein Besucher. Besonders die Videobar von Lumen & Letter, die in kürzester Zeit Social Media Clips für die Gäste zauberte, und die hochwertige Porträtfotografie von Leica stießen auf große Begeisterung.

DER GMUND AWARD

Das Highlight des Tages bildete die 10. Verleihung des Gmund Awards, die von rund 400 Gästen mit Spannung verfolgt wurde. Jurymitglieder – bestehend aus externen und internen Branchenexperten – kürten in acht Kategorien die Gewinner. Aus insgesamt 289 Einreichungen wurden knapp 200 nominiert. Drei schafften es jeweils ins Finale und erhielten auf der Bühne eine Vorstellung. Anschließend verkündete Florian Kohler pro Kategorie einen Gewinner. Florian Kohler, Inhaber von Gmund Papier, und Alexa Steinke führten souverän durch den Abend. Die Liebe zum Papier ist hier so groß wie am ersten Tag. „Wir sind ein Unternehmen mit der Leidenschaft eines Start Ups. Unser Start Up wurde eben

1829 gegründet“, schilderte Florian Kohler den Festivalbesuchern.

Die rund 200 besten Printobjekte des Wettbewerbs konnten im Rahmen einer gesonderten Ausstellung bewundert werden und zeigten die beeindruckende Vielfalt und die Möglichkeiten der Print- und Papierbranche aus 30 verschiedenen Ländern der ganzen Welt.

GEWINNER KATEGORIE PRIVATE

Das Printprojekt „The Round Window Marriage Certificate“ aus dem Bereich der Hochzeitspapeterie ist der würdige Gewinner der Kategorie Private. Die japanische Künstlerin Orikasa Mai beeindruckte die Jury mit ihrer kreativen und außergewöhnlichen Verarbeitung des Papiers. Die Grußkarten, die aus der Papierkollektion Gmund Colors Matt gefertigt wurden, entfalten durch ihre Anordnung im Holzrahmen eine Vielzahl von Formen und Farben. Die Gestaltung ist sehr exakt und die Detailarbeit verwandelt die Papiere in ein Designobjekt, das neben seinem emotionalen Wert auch eine spannende Funktion als Kunstwerk erhält. Die Papiere wurden mit einem Schneideplotter und Laserdruck bearbeitet. Von der Idee über die Papierauswahl bis hin zur perfekten Umsetzung besticht diese Einreichung durch eine besonders stimmige Gesamtkomposition.

GEWINNER KATEGORIE BOOK

In der Kategorie Book überzeugte das

Werk „San Francesco. Der Heilige aus Assisi“, erstellt im Auftrag des Diözesanmuseums Freising aus Deutschland. Das Buch gefiel der Jury durch sein kreatives Konzept, seine stimmige mattgoldene Heißfolienprägung auf der Kollektion Gmund Colors sowie die besondere Verarbeitung des Gmund Hanfpapiers. Gefertigt aus weiteren Gmund Materialien, den Kollektionen Gmund Colors und Gmund Blocker, bietet es eine äußerst innovative Gestaltung. Der Innenteil überrascht ebenso wie der eindrucksvolle Einband. Die moderne und kreative Herangehensweise an das anspruchsvolle religiöse Thema sowie die gelungene Mischung aus Text, Bildern, Typografie und Materialien fand die Jury besonders bemerkenswert.

GEWINNER KATEGORIE BUSINESS

Die meisten Punkte in der Kategorie Business vergab die Jury an das Druckprojekt der Wiesendanger Medien GmbH. Für den Verband Druck und Medien Bayern erstellte die Druckerei ein anspruchsvolles Jahresmagazin mit dem Titel „Starkmacher“. Eingesetzt wurden dafür verschiedene Gmund Papiere: Gmund Cotton, Gmund Bauhaus Dessau und Gmund Lakepaper Extra. Die Jury war begeistert von der Komplexität der unterschiedlichen Prägetechniken, der Materialverarbeitung und des Drucks. Besonders überzeugte das starke Konzept des Magazins: Die Gestaltung spricht den Betrachter durch überraschende Elemente an und spiegelt perfekt das Motto „Starkmacher“ wider. Die gelungene Kombination aus besonderen Effekten und einer klaren Botschaft heben das Magazin hervor. Im Rahmen eines neuen Markenkonzepts hat das Projekt hohe Business-Relevanz und stellt ein kommerziell erfolgreiches Produkt aus Gmund Papier dar.

GEWINNER KATEGORIE MAILING

Auf den ersten Platz in der Kategorie Mailing setzte die Jury den italienischen Verarbeiter Made sas mit seinem Mailing für die weltweit bekannte Verpackungsmesse Les Places d'Or. Besonders lobten die Experten die innovative und besondere Aufmachung. Das gefaltete Mailing sorgt für Action, Bewegung und Überraschung beim Betrachter. Die hervorragende Nutzung der Kollektionen Gmund Colors Matt und Gmund Action in Perfektion mit ver-

schiedenen Heißfolienprägungen überzeugte die Jurymitglieder ebenso wie die hochwertige Verarbeitung des Papiers. Die Wirkung des Printprojekts ist so wertig, dass man dieses nicht weg-schmeißen möchte. Das Produkt erreicht dadurch den erwünschten nachhaltigen Effekt eines B2B Mailings.

GEWINNER KATEGORIE ART

Als Gewinner der Kategorie Art kürte die Jury das Kunstprojekt „Quallen/Jellyfish“ des Künstlers Matthias Erhardt aus der Region Tegernsee. Das außergewöhnliche Format und die ungewöhnliche Drucktechnik faszinierten die Jurymitglieder gleichermaßen. Durch handgeschnittene und einmalig verwendete Linoleum-Platten entstehen farbige Unikate auf großen Bogen Gmund Papier. Dazu nutzte der Künstler diverse Gmund Papiere und Restrollen. Diesen Einfallsreichtum, die Kreativität und besonders den technisch umständlichen Einsatz belohnten die Experten mit den meisten Punkten.

GEWINNER KATEGORIE PACKAGING

In der Kategorie Packaging überzeugte das neue Verpackungskonzept des deutschen Unternehmens Leica Camera AG die Jurymitglieder. Für ihre neuen Verpackungen „Home of Leica Cameras“ nutzt die Marke das Gmund Bauhaus Dessau Papier, das mit einer feingepunkteten Prägestruktur und einem natürlichen Schutzlack versehen wurde. Für die Banderole der Verpackung wird die Kollektion Gmund Used ebenfalls mit einem natürlichen Mattlack verwendet. Die klassisch hochwertige Verarbeitung sowie Gestaltung des Gmund Materials ist schlicht und modern und spiegelt die elegante Sprache der Produkte des Unternehmens wider. Die Verpackung besticht durch ihre haptische Erfahrung und die optisch aufwen-



And the Gmund Award goes to: Orikasa Mai für die Hochzeitspapeterie „The Round Window Marriage Certificate“.

dige Faltschachtel. Durch ihr komplexes Design dient die Box allen Kamertypen als neues Zuhause. Diese konsequente Umstellung einer renommierten Marke zu einem neuen Material beeindruckte die Experten nachhaltig.

GEWINNER ZUSATZKATEGORIE GREEN INNOVATION

Im Rahmen der Zusatzkategorie Green Innovation werden innovative Konzepte ausgezeichnet, die die Frage „Wie kann man mit Papierprodukten nachhaltig agieren?“ beantworten. Der Gmund Award in der Kategorie Green Innovation geht in diesem Jahr an das Unternehmen Paper & Tea GmbH aus Deutschland für ihr wegweisendes Projekt in Zusammenarbeit mit Gmund: die Entwicklung eines Teepapiers für Verpackungen und Unternehmenskommunikation. Hierbei wird Holz Zellstoff ersetzt durch Teeabfall aus der eigenen Produktion von Paper & Tea. Das Produkt aus Teepapier überzeugte die Jury durch seine Alltagstauglichkeit und nachhaltige Gebrauchsweise. Die vollständig neutrale Box des Adventskalenders aus Teepapier kann von Kunden wiederverwendet werden und bietet somit einen weiteren Beitrag zur Ressourcenschonung. Dieses Engagement für nachhaltige Lösungen und die kreative Umsetzung haben das Gesamtkonzept abgerundet und die Jury begeistert.

GEWINNER ZUSATZKATEGORIE Gmund COLOR OF THE YEAR 2024

Jedes Jahr bringt Gmund auf Wunsch seiner Kunden eindrucksvolle und individuelle Farben in seine Naturfasern. Ist für die Kunden in der Auswahl der 50 Farben aus dem Gmund Creative System nicht das Richtige dabei, fertigt das Unternehmen schon ab 3.000 kg Aufträge eine persönliche Farbe. Die Gmund Experten haben über das Jahr hinweg Projekte beobachtet, und die Farbe der Firma Lotte Departement Store aus Korea hat die Jury besonders hingerissen. Der Briefumschlag und die Karten „Avenue membership card & envelope“ wirken durch ein intensives, tiefes und modernes Lila. In Kombination mit einer Ton in Ton gehaltenen Heißfoliendrucktechnik haben die Details und die Kreativität des Printprojekts die Experten der Jury für die Vergabe des Zusatzpreises Gmund Color of the year 2024 überzeugt.